n° 61 / juin 2010

statistiques en bref

Observatoire de la culture et des communications du Québec

VENTES D'ENREGISTREMENTS SONORES AU QUÉBEC : LES ALBUMS QUÉBÉCOIS MAINTIENNENT LEUR VENTE EN 2009

CLAUDE FORTIER,
CHARGÉ DE PROJET, OCCQ

Ce bulletin examine les données de ventes des enregistrements sonores fournies par Nielsen SoundScan à l'Observatoire de la culture et des communications du Québec (OCCQ) pour l'année 2009. Il présente une analyse des résultats sur les ventes totales d'albums et de pistes musicales et la répartition de ceux-ci selon la provenance et la langue. Cette année, une analyse du phénomène des reprises musicales vient compléter le bulletin.

Faits saillants

Les ventes d'enregistrements audio

- Les ventes d'albums sont de 10 millions d'unités, en hausse de 2 %, après quatre années de baisse consécutive.
- Les ventes de CD diminuent de 0,5 %, celles des albums numériques et des pistes numériques augmentent respectivement de 68 % et 60 %.
- Les ventes de produits numériques occupent 11 % des ventes au détail, comparativement à 27 % pour le reste du Canada et à 36 % aux États-Unis.
- Les albums de reprises génèrent 47 % des ventes parmi les 50 albums québécois les plus vendus.

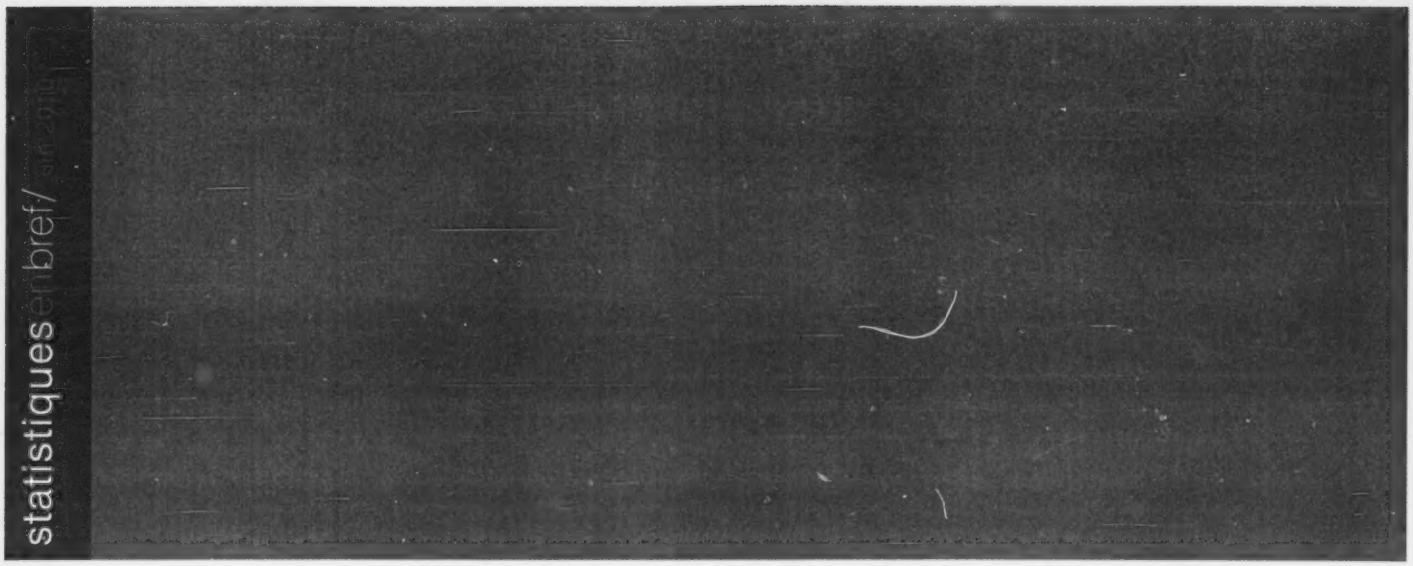
La place des produits québécois

- La part de marché des albums québécois est en hausse, à 52 % (46 % en 2008). Elle se situe à 53 % pour les CD, 35 % pour les albums numériques et 7 % pour les pistes numériques.
- Entre la période de 2002-2005 et celle de 2006-2009, on observe que la baisse des ventes d'albums québécois a été moins prononcée (– 3 %) que celle des albums non québécois (– 15 %).

Les albums francophones

- Les albums francophones représentent 40 % des ventes.
- Les albums francophones représentent 75 % des ventes d'albums québécois, en hausse par rapport à 2008 (63 %).

Québec



Notes méthodologiques

Source des données

Les ventes des enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Les résultats annuels présentés ici, par l'OCCQ, sont basés sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont les seules exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine québécoise ou non et la langue) sont exprimées en pourcentage et jamais en nombres absolus, car ces statistiques sont produites après l'examen d'un échantillon des 500 titres les plus vendus au Québec et non de tous les titres vendus. Par ailleurs, des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores sont disponibles sur le site de l'OCCQ. À noter que l'année 2009 a été une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement est classé québécois selon deux aspects : artistique et industriel. L'origine d'un enregistrement sur le plan artistique est déterminée par celle de l'artiste du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mis de l'avant[1] par l'emballage et la mise en marché de l'album. Un enregistrement non québécois est celui qui ne peut être classé comme québécois.

Dans le cas de compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. Dans le cas où l'artiste est un groupe de personnes de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

Quant à l'origine de l'aspect industriel, depuis 2006, celle-ci est établie d'après la maison de disques qui a commercialisé le produit, notion qui se rapproche de l'étiquette, sans être identique[2]. Une maison québécoise est une maison dont le siège social est situé au Québec. De 2002 à 2005, l'origine industrielle d'un enregistrement se base plutôt sur l'étiquette.

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage	..	Donnée non disponible
n	Nombre	–	Néant ou zéro
...	N'ayant pas lieu de figurer	x	Donnée confidentielle

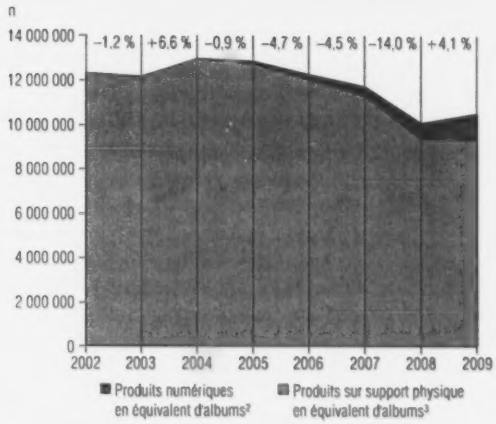
1. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer qui est l'artiste ou l'instance mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes, sauf exception.
2. Pour une discussion sur la distinction entre étiquette et maison de disques, voir Marc Ménard, *Éléments pour une économie des industries culturelles*, Montréal, SODEC, 2005, p. 120.

Légère croissance des ventes d'albums en 2009

Les données sur les enregistrements audio se divisent en deux catégories, les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique[3] et les albums numériques. Les pistes regroupent les singles sur CD et les pistes numériques téléchargés. En 2009, il s'est vendu 10,0 millions d'albums, en croissance de 2 % par rapport à 2008. Après quatre années successives de baisse, c'est la première fois depuis 2004 que le nombre d'albums vendus est en hausse. Les ventes de CD se chiffrent à 9,4 millions en baisse de 0,5 %, soit la plus faible baisse depuis 2004. Les produits numériques continuent sur leur lancée, avec 0,7 million d'albums en hausse de 68 % et 6,6 millions de pistes téléchargées, en hausse de 60 % (tableau 1). Avec la croissance rapide du nombre de pistes numériques téléchargées, il n'est plus possible de comparer uniquement les ventes d'albums pour mesurer l'évolution du marché de la musique. Afin d'obtenir un nombre de ventes tenant compte des albums et des pistes, ces dernières ont été converties en album selon le ratio de 13 pistes équivalent à un album. Une fois la conversion effectuée, on arrive ainsi à un total de 10,5 millions d'enregistrements audio en équivalent d'albums en 2009, en croissance de 4,1 % (figure 1). En intégrant les ventes des pistes, qui connaissent toujours une forte croissance, on obtient un taux de croissance supérieur à celui observé pour les seules ventes d'albums.

Au sein des enregistrements audio, la part des ventes de CD est en baisse constante depuis 2005, à cause de la part grandissante des produits numériques qui sont passés de 1 % des ventes à 11 % en 2009 (tableau 2). Mais malgré la forte croissance des ventes de produits numériques, le nombre d'enregistrements audio en équivalent d'albums vendus est inférieur, en 2009, aux 13 millions d'unités vendues en 2004, soit le plus haut sommet depuis que l'OCCQ compile les données (tableau 1).

Figure 1
Ventes d'enregistrements sonores selon le produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2009



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Incluent les albums numériques et les pistes numériques téléchargées (13 pistes = 1 album).
3. Inclut les albums et les *singles* (13 *singles* = 1 album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.,
© Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.
Nielsen SoundScan

3. Les supports physiques comprennent les vinyles, les cassettes et les CD. Cependant, comme la quasi-totalité des ventes sur ces supports sont des CD, nous allons utiliser cette appellation pour parler des ventes d'enregistrements sonores sur les supports physiques afin d'alléger le texte.

Tableau 1

Nombre d'enregistrements sonores[1] et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2002 à 2009

	2002[2]	2003[2]	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Variation 2009/2008
	k								%
Enregistrements audio en équivalent d'albums[3]	12 300,2	12 153,8	12 960,2	12 847,1	12 245,6	11 698,0	10 056,2	10 470,0	4,1
Ensemble des albums	12 300,2	12 153,8	12 954,7	12 790,0	12 129,7	11 498,4	9 739,4	9 965,1	2,3
Support physique[4]	12 300,2	12 153,8	12 954,7	12 726,4	12 017,6	11 268,5	9 334,1	9 283,0	–0,5
Albums numériques[5]	–	–	–	63,6	112,1	229,9	405,3	682,1	68,3
Ensemble des pistes	..	..	72,1	741,7	1 507,2	2 595,0	4 118,1	6 563,9	59,4
Pistes numériques téléchargées[5]	–	–	–	708,2	1 476,1	2 581,5	4 108,2	6 550,7	59,5
Singles	..	..	72,1	33,5	31,1	13,5	9,9	13,2	33,3
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	657,2	740,1	657,2	740,1	785,1	752,9	540,7	390,1	–27,9
Format VHS	10,6	2,5	10,6	2,5	1,3	17,8	12,3	3,2	–74,0
Format DVD	646,6	737,6	646,6	737,6	783,8	735,1	528,4	386,9	–26,8

1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Pour 2002 et 2003, les ventes de *singles* sont incluses dans les ventes d'albums.
3. Dans les calculs, 13 *singles* ou pistes numériques équivalent à 1 album.
4. Inclut les CD, les cassettes et les disques vinyles.
5. Incluent les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Tableau 2

Répartition des ventes d'enregistrements sonores selon le produit, Québec, 2005 à 2009

	2005	2006	2007	2008	2009
			%		
Albums sur support physique[1]	99,1	98,1	96,3	92,8	88,7
Albums numériques	0,5	0,9	2,0	4,0	6,5
Pistes numériques en équivalent d'albums[2]	0,4	0,9	1,7	3,1	4,8

1. Incluent les CD, les cassettes, les disques vinyles et les albums numériques.
2. Dans les calculs, 13 *singles* ou pistes numériques équivalent à 1 album.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Ventes d'albums depuis 2002[4] : une tendance à la baisse

Pour la première fois depuis 2004, les ventes d'albums (CD et albums numériques) sont en croissance en 2009 (2 %), après avoir connu quatre années consécutives de baisse, de 2005 à 2008. Cependant, les résultats de 2009 ne compensent qu'en partie la chute de 15 % l'année précédente qui avait vu les ventes d'albums passer de 11,5 millions en 2007 à 9,7 millions en 2008 (tableau 1).

Après des ventes de 13,0 millions de CD sur le marché québécois en 2004, ces ventes ne sont plus que de 9,3 millions en 2009, soit une baisse de 28 % en cinq ans. En 2004, 23 titres de CD avaient franchi le cap des 50 000 copies vendues dont 13 québécois. En 2009, c'est huit CD qui sont dans cette situation, dont quatre CD québécois. À titre comparatif, dans le reste du Canada, les ventes de CD sont passées, pour la même période, de 36,6 millions à 21,1 millions, soit une baisse de 42 % en cinq ans[5].

La légère baisse des ventes de CD en 2009 (– 0,5 %) pourrait laisser penser que les ventes de CD vont se stabiliser. Cependant, les chiffres provisoires, en date du 2 mai 2010, indiquent que les ventes de CD, depuis le début de l'année, sont en baisse de 19 % par rapport à la même période en 2009.

Ventes de produits numériques[6] : la forte croissance se poursuit

Avec un taux de croissance de 68 %, les ventes d'albums numériques ne s'essoufflent pas. Pour la première fois depuis l'arrivée des produits numériques sur le marché musical, les ventes d'albums numériques (0,7 million) viennent plus que compenser la baisse des ventes de CD et permettent aux ventes combinées des albums sur support physique et numérique d'être en croissance par rapport à 2008 (2 %) (tableau 1).

Après le succès des pièces uniques, communément appelé *single*, dans les années 1960 et 1970, le phénomène a trouvé un second souffle sous la forme des pistes numériques. En 2009, il s'est ainsi vendu un *single* pour 700 albums sur support physique, alors, qu'à l'opposé, pour un album numérique, il s'est vendu 10 pistes numériques. La croissance des pistes numériques n'a pas ralenti en 2009, demeurant similaire à celle de 2008 (60 % en 2009 et 59 % en 2008). L'achat de pistes à l'unité semble s'installer dans les habitudes de consommation d'une portion de plus en plus importante de la population québécoise (tableau 1). Chaque année depuis 2005, les ventes hebdomadaires de pistes numériques sont au plus bas au cours des mois d'avril et de mai, avant d'amorcer une tendance à la hausse en septembre, pour culminer à des sommets de ventes dans les dernières semaines de l'année (figure 2).

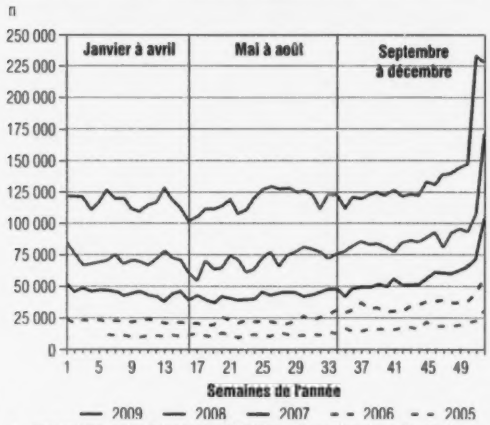
Ventes de vidéos musicales : en baisse pour une 3e année consécutive

Les ventes de vidéos musicales (en format VHS et DVD) ont totalisé 0,4 million d'unités en 2009, le format DVD représentant 99 % des ventes. Après deux baisses successives de 28 % en 2008 et en 2009, le marché de la vente de vidéos musicales sur support physique est en nette repli par rapport aux 0,7 million d'unités vendues en 2007.

---

4. Notons que les données de 2002 et 2003 doivent être considérées avec prudence, car elles incluaient à l'origine les données les enregistrements classés « music videos » que l'OCCQ a soustrait pour obtenir les ventes de CD (albums et *singles* sur support physique). Depuis 2004, Nielsen SoundScan compilant elle-même les totaux, les données sont plus précises et permettent de séparer les albums, les *singles* et les enregistrements musicaux.
5. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan
6. Les ventes d'albums et de pistes numériques sont calculées par la maison Nielsen SoundScan à partir des ventes faites par les sites de Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Figure 2
Ventes de pistes numériques téléchargées[1] selon la semaine de l'année, Québec, 2005 à 2009

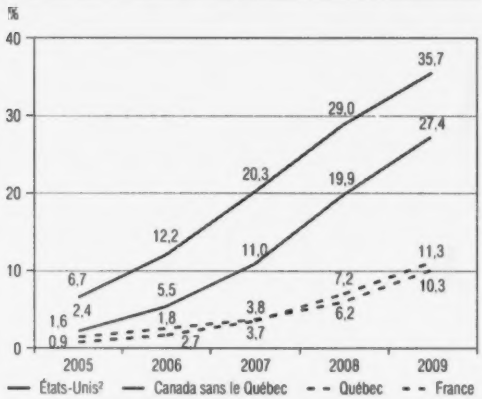


1. Incluent les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.,
© Nielsen SoundScan inc., 2001.
Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Figure 3
Part du numérique[1] dans le marché des ventes au détail des enregistrements sonores selon la région, 2005 à 2009



1. Dans les calculs, 13 *singles* ou pistes numériques équivalent à 1 album.
2. Pour les États-Unis, les données utilisées sont celles sur les ventes publiées par Nielsen SoundScan, à l'exception des données sur les singles, qui proviennent des données de la Recording Industry Association of America sur le nombre de copies distribuées par les maisons de disques (*manufacturers unit shipments*).

Source des données :
Québec et Canada : Nielsen SoundScan inc.,
© Nielsen SoundScan inc., 2001.
Tous droits réservés.
France : Snep
États-Unis : Nielsen SoundScan et RIAA.

Nielsen SoundScan

Compilations de l'OCCQ.

Croissance de la part du numérique au Québec et ailleurs

Les résultats des ventes de produits numériques en 2009 viennent confirmer le constat de l'an dernier : le marché québécois opte de plus en plus pour la consommation de produits musicaux dématérialisés. Afin de pouvoir mesurer la proportion du numérique dans les ventes d'enregistrements sonores, les pistes ont été comptabilisées en équivalent d'albums numériques (13 pistes = 1 album)[7]. En utilisant cette méthode de calcul, la part des albums numériques au Québec passe de 0,9 % en 2005 à 11 % en 2009. Comparons maintenant le Québec au reste du Canada, aux États-Unis et à la France. Nous avons choisi ces pays en raison de la facilité à obtenir leurs données et de la proximité économique et culturelle. L'évolution de la France est la plus similaire à celle du Québec, avec 10 % des ventes de musique provenant de produits numériques en 2009. En comparaison, les produits numériques occupent 28 % du marché dans le reste du Canada et 36 % aux États-Unis en 2009. La place du numérique dans les ventes de musique au Québec en 2009 (11 %) se compare avec la situation qui prévalait aux États-Unis en 2006 (12 %) ou dans le reste du Canada en 2007 (11 %). Les résultats préliminaires pour 2010 indiquent qu'au 2 mai, la part du numérique au Québec se situait à 19 % (figure 3).

Cette croissance de la part des produits numériques dans les ventes s'explique par deux facteurs, la chute du nombre de CD vendus et la croissance du nombre d'albums et de pistes numériques vendus. Après les années 1990, qui ont représenté l'âge d'or du CD, les ventes de celui-ci se sont mises à décroître au début des années 2000. Ce n'est que quelques années plus tard, avec le développement de l'offre, que les ventes de produits numériques se sont mises à atteindre des quantités significatives, sans jamais venir compenser la baisse des ventes sur CD. Le défi des prochaines années pour l'industrie de la musique sera de continuer à faire croître les ventes de produits numériques et de trouver d'autres sources de revenus pour leurs produits musicaux, afin de combler les pertes financières occasionnées par la chute des ventes de CD des dernières années. Cette transition vers la dématérialisation des produits culturels est fortement implantée dans le monde de la musique, mais elle est aussi en cours, à des degrés divers, dans le monde du film, du livre et des jeux vidéo, un des moteurs de ce phénomène étant le développement technologique de plateformes mobiles d'accès aux contenus et le plaisir du consommateur de choisir quand et où il consomme ses produits culturels.

7. Le ratio 1 album égale 13 pistes est celui utilisé par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Les albums québécois de reprises : un phénomène en croissance

Le concept d'album de reprises, où des artistes réinterprètent des grands succès de la chanson, existe depuis de nombreuses décennies dans l'industrie musicale, le plus bel exemple étant la parution annuelle, quelques mois avant Noël, d'albums où l'on retrouve une série de classiques du temps des fêtes réinterprétés par un ou des artistes. Cependant, depuis quelques années au Québec, les albums de reprises ont fait leur apparition en grand nombre. Pour mesurer la croissance du phénomène, nous avons recensé les albums de reprises présents parmi les 50 albums québécois les plus vendus annuellement, de 2002 à 2009.

Aux fins de notre analyse, pour être considéré comme un album de reprises, le concept de l'album doit correspondre à l'une des trois catégories suivantes :

1. un interprète ou un groupe d'interprète qui reprend les chansons d'un ou de différents artistes;
2. un artiste qui invite un ou d'autres interprètes à reprendre ses chansons en duo;
3. un artiste qui reprend ses chansons avec des arrangements différents.

Nous avons choisi d'exclure les albums de reprises issus de la musique classique, du jazz et de la musique traditionnelle, car de nombreuses années avant l'arrivée du phénomène des albums de reprises au Québec, ces genres musicaux faisaient déjà l'objet d'albums composés de réinterprétations des œuvres du passé.

De 2002 à 2004, le poids des ventes pour les albums de reprises dans le palmarès des 50 albums québécois les plus vendus a connu une légère hausse, passant de 21 % à 28 %. Après une baisse importante de leur part dans les ventes en 2005 (16 %) et 2006 (11 %), les albums de reprises sont revenus en force de 2007 à 2009, avec trois hausses consécutives de leur part des ventes (25 % en 2007, 27 % en 2008 et 47 % en 2009). Ce phénomène des albums de reprises est rendu à ce point important qu'en 2009, 22 des 50 albums québécois les plus vendus sont des albums de reprises. Afin d'avoir un meilleur aperçu du phénomène qui se développe depuis quelques années, le poids des albums de reprises a été calculé en excluant les albums de Noël et les albums en concert, ce qui donne tout de même pour 2009 un total de 19 albums sur 50 et 41 % des ventes (tableau 3).

Parmi les albums de reprises présents dans les palmarès étudiés, trois formules se démarquent. La première et la plus répandue est celle d'un artiste ou d'un groupe d'artistes connus qui réinterprètent des succès tirés du répertoire de la chanson. Cette formule, déjà utilisée en 2002 (Mixmania et Sylvain Cossette), a pris de l'ampleur de 2003 à 2005, avec le phénomène de la télé réalité musicale Star académie, pour revenir en force en 2007 et 2008, avec le succès des deux albums de succès anglophones des années 1970 de Sylvain Cossette. En 2009, ce fut une véritable explosion, avec plus d'une quinzaine d'albums utilisant cette formule et se retrouvant dans le palmarès (Maxime Landry, Isabelle Boulay, Ima, Lost Fingers, Marc Hervieux, Éric Lapointe, etc.). Malgré le succès de ce genre de formule, les albums de reprises de Noël n'ont pas été oubliés, ceux-ci continuant à bien se vendre. Entre 2007 et 2009, des artistes comme Marie-Élaine Thibert, Patrick Norman, Ima, Marie-Chantal Toupin et Claire Pelletier ont réussi à placer leur album dans un des palmarès annuels des 50 albums québécois les plus vendus.

La deuxième formule utilisée est celle des albums hommages, où un groupe d'interprètes reprend les succès d'un artiste connu. Après l'hommage à Jean-Pierre Ferland, paru en 2004 (5e album québécois le plus vendu de l'année), 2005 a été marqué par la présence de trois albums hommages (Claude Léveillé, Charles Aznavour et Beau Dommage) dans le palmarès des 50 albums québécois les plus vendus. De 2006 à 2009, d'autres albums de ce genre ont réussi à faire leur place dans le palmarès (Joe Dassin, Serge Fiori, Félix Leclerc, Passe-Partout, etc.).

La dernière formule à faire son apparition est celle de l'album en duo où un artiste invite différents interprètes pour reprendre en duo les succès de l'artiste. Ce type d'album québécois est apparu en force en 2007, avec l'album Duos Dubois, qui a été le meilleur vendeur de l'année. Depuis ce temps, d'autres albums similaires ont été édités (Dan Bigras, Jean-Pierre Ferland, Marjo, etc.) mais sans avoir le même succès de ventes que le premier.

Tableau 3

Albums de reprises dans le palmarès des 50 albums[1] québécois[2] les plus vendus. Québec, 2002 à 2009

Année	Albums de reprises excluant les albums de Noël et les albums en concert		Ensemble des albums de reprises	
	n	% des ventes	n	% des ventes
2002	5	17,5	8	21,1
2003	6	20,4	7	24,3
2004	4	21,1	8	27,6
2005	7	13,6	9	15,5
2006	5	10,3	6	11,3
2007	9	22,0	12	24,6
2008	9	19,5	11	27,3
2009	19	41,1	22	46,6

1. Incluent les ventes d'albums sur support physique et les albums numériques.
2. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.

Compilation : De 2002 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.,
© Nielsen SoundScan inc., 2001.
Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Part québécoise dans les ventes : albums et pistes numériques, deux phénomènes distincts

En 2009, la part des albums artistiquement québécois au sein des ventes se situe à 48 % (41 % en 2008) et celle des albums industriellement québécois à 49 % (41 % en 2008). En combinant les deux, 52 % des albums vendus au Québec en 2009 ont au moins une dimension québécoise (46 % en 2008) (tableau 4).

En 2008, les produits québécois occupaient peu de place dans les ventes d'albums numériques, avec le quart des ventes (26 %) comparativement à la moitié (47 %) pour les CD. Un an plus tard, la place occupée par les albums numériques québécois progresse sensiblement. C'est maintenant le tiers des albums numériques (35 %) qui ont au moins une composante québécoise (artistique ou industrielle). Un bond important a aussi été réalisé pour les albums numériques artistiquement et industriellement québécois, leur part de marché passant de 17 % à 30 % en l'espace d'un an.

Cependant, même si les produits québécois profitent de la croissance des ventes d'albums numériques, en 2009, les 50 albums québécois les plus vendus ont généré 2,6 % de leurs ventes sous forme numérique comparativement à 4,9 % pour les 50 albums non québécois les plus vendus. Les albums non québécois qui se classent dans les meilleurs vendeurs réussissent à écouler une plus grande partie de leurs ventes sous forme numérique. Contrairement aux albums numériques, le décollage des ventes des pistes numériques québécoises ne semble pas s'être effectué. En 2009, 7,2 % des pistes numériques vendues sont des produits québécois, un résultat similaire à celui de 2008 (6,6 %) (tableau 4).

La part québécoise des albums depuis 2002 : des hauts et des bas, mais une tendance à la hausse

La performance des produits québécois en 2009 (52 % des ventes) s'approche du sommet observé en 2007 (53 %). Si la baisse de la part des produits québécois en 2008 (46 %) a pu soulever certaines inquiétudes, le rebond de 2009 illustre à quel point le poids des produits québécois dans les ventes est variable d'une année à l'autre et demeure tributaire du nombre de succès québécois pour une année donnée. Par exemple, en 2002, 160 albums québécois se trouvaient parmi les 500 meilleurs vendeurs, dont 18 parmi les 50 premiers pour une part des ventes de 38 %. En 2009, ce nombre se situe à 211 parmi les 500 meilleurs vendeurs et 29 pour les 50 premiers (tableau 5).

Tableau 4

Part des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements sonores[1], selon le type de support, Québec, 2008 et 2009

	Dimension artistique[2]		Dimension industrielle[3]		Dimensions artistique[2] ET industrielle[3]		Dimensions artistique[2] OU industrielle[3]	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009	2008	2009
	%							
Ensemble des albums	41,4	48,4	40,9	48,9	36,1	44,9	46,2	52,4
Supports physiques[4]	41,9	48,9	41,5	49,5	36,6	45,3	46,8	53,1
Albums numériques	21,5	33,2	18,4	31,7	16,9	30,3	26,0	34,6
Pistes numériques téléchargées[5]	6,3	7,2	4,0	5,0	3,7	5,0	6,6	7,2

1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement sonore se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. La dimension industrielle d'un enregistrement sonore se rapporte à la maison de disque ayant commercialisé le produit.
4. Incluent les CD, les cassettes, les disques vinyles et les albums numériques.
5. Incluent les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Tableau 5

Part des titres québécois parmi les ventes d'albums[1,2], Québec, de 2002 à 2009

Année	Dimension artistique[3]	Dimension industrielle[4]	Dimensions artistique[3] ET industrielle[4]	Dimensions artistique[3] OU industrielle[4]
	%			
2002	33,0r	32,4r	27,4r	38,0r
2003	44,9r	40,5r	40,5r	48,3r
2004	48,3r	43,1r	40,6r	50,9r
2005	40,7r	35,3r	31,8r	44,3r
2006	41,2	41,1	37,6	44,7
2007	46,6	44,8	38,4	53,0
2008	41,4	40,9	36,1	46,2
2009	48,4	48,9	44,9	52,4

1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Inclut les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. De 2002 à 2005, la dimension industrielle d'un album se rapporte à l'étiquette du disque, tandis que, depuis 2006, cette dimension industrielle se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Compilation : De 2002 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Tableau 6

Ventes d'enregistrements sonores selon la période et le rang au palmarès, Québec, de 2002 à 2009

Année		500 albums les plus vendus		Ventes des albums situés au-delà du 500e rang
		Albums québécois	Albums non québécois	
2002 à 2005[1]				
Ventes	n	11 093 788	13 371 942	25 805 120
Part des produits québécois	%	45,3		..
2006 à 2009				
Ventes	n	10 751 025	11 373 810	21 207 765
Part des produits québécois[2, 3, 4]	%	48,6		..
Variation 2006-2009/2002-2005	**%**	**–3,1**	**–14,9**	**–17,8**

1. De 2002 à 2004, les ventes d'albums incluent aussi les *singles*.
2. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
3. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
4. De 2002 à 2005, la dimension industrielle d'un album se rapporte à l'étiquette du disque, tandis que, depuis 2006, cette dimension industrielle se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Compilation : De 2002 à 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

La part des albums québécois de 2002 à 2009, malgré les variations à la hausse et à la baisse, est sur une tendance à la hausse. Si l'on regroupe les années de 2002 à 2005 et de 2006 à 2009, la part des produits québécois dans le premier bloc de quatre ans s'élève à 45 % et dans le deuxième bloc à 49 %. De plus, une analyse du volume des ventes des produits québécois parmi les 500 meilleurs vendeurs annuels montre que pour la période 2006-2009, par rapport à la période 2002-2005, les ventes d'albums québécois ont diminué de 3 %, alors que les ventes de produits non québécois ont baissé de 15 % et que les ventes des albums (québécois et non québécois) classés au-delà des du 500e rang ont baissé de 18 %. Parmi ces trois groupes, ce sont les albums québécois se retrouvant parmi les meilleurs vendeurs qui s'en tirent le mieux (tableau 6).

Les CD québécois : forte présence dans le haut du palmarès

En 2009, la part des ventes d'albums québécois dans les 500 titres les plus vendus est de 53 % pour les CD et de 35 % pour les albums numériques. Chez les 10 meilleurs vendeurs, cette proportion est de 71 % pour les CD et de 30 % pour les albums numériques. Sur support CD, la part des produits québécois dans les ventes diminue à mesure que le nombre d'albums retenus dans le palmarès augmente, ce qui s'explique par l'offre d'albums non québécois, actuelle et passée, beaucoup plus vaste. Pour les albums numériques, cette part des ventes se maintient autour de 35 à 40 % selon que l'on retient les 50, 200 ou 500 albums les plus vendus, comparativement à 25 % l'an dernier. Parmi les 29 albums québécois qui se classent dans le palmarès des 50 meilleurs vendeurs en format CD, 11 albums se classent aussi dans le palmarès des 50 meilleurs vendeurs en format numérique, dont 5 albums obtenant un meilleur rang dans le palmarès des albums numériques (Jean Leloup, Cœur de Pirate, Lost Fingers, Daniel Bélanger et Patrick Watson). Du côté des pistes numériques, 16 pistes québécoises se hissent parmi les 200 premiers vendeurs, pour une part des ventes de 5 %, ce qui est similaire à 2008 (tableau 7).

Tableau 7

Part des titres québécois[1, 2] parmi les ventes d'enregistrements sonores selon le support et le rang au palmarès des ventes, Québec, 2008 et 2009

	Albums sur support physique[3]		Albums numériques		Pistes numériques téléchargées[4]	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
	%					
10 meilleurs vendeurs	60,0	70,6	25,4	30,0	–	–
50 meilleurs vendeurs	57,5	63,7	28,6	41,9	–	x
200 meilleurs vendeurs	49,3	58,6	24,0	37,8	4,7	4,9
500 meilleurs vendeurs	46,8	53,1	23,0	34,6	6,6	7,2

1. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
2. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
3. Incluent les CD, les cassettes, les disques vinyles et les albums numériques.
4. Incluent les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

La part de marché des albums québécois dans le palmarès des 500 titres les plus vendus en 2009 est assez similaire à celle de 2007. Cependant, si l'on décortique le palmarès des 500 albums les plus vendus, l'année 2007 se caractérise par une forte proportion des ventes de produits québécois parmi les 10 meilleurs vendeurs (91 %), alors que pour 2009, la part des produits québécois est assez similaire que l'on prenne les 10 meilleurs vendeurs (64 %), les 50 meilleurs vendeurs (63 %) ou les 200 meilleurs vendeurs (58 %) (tableau 8). La croissance de la part des albums québécois en 2009 s'explique donc par une meilleure performance des albums québécois situés un peu partout dans le palmarès (tableau 8).

Tableau 8

Part des titres québécois[1, 2] parmi les ventes d'albums[3] selon le rang au palmarès des ventes, Québec, 2006 à 2009

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
	%							
10 meilleurs vendeurs	44,6	76,4	68,0	32,2	66,0	91,2	59,5	64,2
50 meilleurs vendeurs	43,0	60,5	64,6	47,3	54,4	68,8	57,0	63,1
200 meilleurs vendeurs	40,6	53,3	54,9	45,2	49,8	58,1	48,8	57,9
500 meilleurs vendeurs	38,0	48,3	50,9	44,3	44,7	53,0	46,2	52,4

1. Titres qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
2. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
3. Inclut les albums sur support physique et les albums numériques.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Croissance de la part des ventes des albums francophones

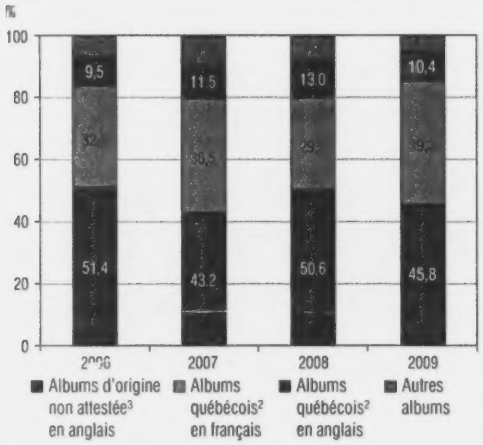
En 2009, 40 % des albums vendus sont en français (31 % en 2008), soit 40 % pour les CD (31 % en 2008) et 26 % pour les albums numériques (14 % en 2008), en forte progression par rapport à l'an dernier. Quant aux pistes numériques, 6 % sont en français (4 % en 2008). Malgré une forte progression de la part des produits francophones pour les albums numériques en 2009, l'écart persiste entre le poids de la musique francophone sur CD et sur format numérique (albums et pistes téléchargées). Les observations des ventes d'albums de 2006 à 2009 selon la langue d'enregistrement indiquent une remontée importante de la part des albums de langue française, celle-ci passant de 31 % en 2008 à 40 % en 2009, soit un nouveau sommet depuis que les données sont compilées (tableaux 9 et 10).

Les albums québécois en français : 39 % des ventes

En 2009, 46 % des albums vendus au Québec sont non québécois et de langue anglaise (51 % en 2008) et 39 % sont des albums québécois francophones (29 % en 2008) (figure 4). Pour les albums numériques, les deux tiers des ventes (63 %) se composent d'albums non québécois de langue anglaise (72 % en 2008), et le quart de vente d'albums francophones provenant du Québec (26 %) (13 % en 2008).

Dans le cas des pistes numériques, c'est aussi les produits anglophones non québécois qui dominent, avec 91 % des ventes (92 % en 2008) et 5 % pour les pistes en français du Québec (3 % en 2008). Les ventes de musique numérique québécoise, en particulier en français, ont toujours plus de difficulté à se réaliser sur support numérique que sur support CD. La vente d'albums numériques québécois progresse en 2009, mais la difficulté demeure pour les pistes numériques (tableau 10).

Figure 4
Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement, Québec, 2006 à 2009



1. Incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
3. Albums qui ne peuvent être classés comme québécois.

Compilation : Codage par l'Association québecoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.,
© Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Tableau 9

Répartition des ventes d'enregistrements sonores selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement[1], Québec, 2008 et 2009

	Albums sur support physique[2]		Albums numériques		Pistes numériques téléchargées[3]	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
	%					
Albums québécois[4]						
En français	29,6	39,7	12,8	25,5	3,4	4,7
En anglais	13,0	10,5	9,6	8,8	3,2	2,5
Dans une autre langue ou sans paroles	4,1	2,9	0,5	0,3	–	0,1
Albums d'origine non attestée[5]						
En français	1,4	0,7	1,5	0,4	0,8	1,0
En anglais	50,0	45,1	72,0	62,6	92,4	91,1
Dans une autre langue ou sans paroles	1,8	1,2	3,5	2,4	0,2	0,7
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums québécois figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluent les CD (albums et *singles*), les cassettes et les disques vinyles.
3. Incluent les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.
4. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
5. Albums qui ne peuvent être classés comme québécois.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Nielsen SoundScan

Tableau 10

Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement[2], Québec, 2006 à 2009

	2006	2007	2008	2009
	%			
Albums québécois[3]				
En français	32,5	36,5	29,2	39,3
En anglais	9,5	11,5	13,0	10,4
Dans une autre langue ou sans paroles	2,6	5,0	3,9	2,7
Albums d'origine non attestée[4]				
En français	2,0	1,3	1,4	0,6
En anglais	51,4	43,2	50,6	45,8
Dans une autre langue ou sans paroles	1,9	2,6	1,8	1,2
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums québécois figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
4. Albums qui ne peuvent être classés comme québécois.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.
Nielsen SoundScan

Tableau 11

Répartition des ventes d'albums[1] québécois[2] selon la langue d'enregistrement, Québec, de 2002 à 2009

Année[3]	En français	En anglais	Dans une autre langue ou sans paroles	Langue inconnue	Total
			%		
2002	64,8	21,7	5,6	7,8	100,0
2003	79,8	10,1	6,5	3,7	100,0
2004	80,7	11,9	5,6	1,8	100,0
2005	70,5	15,9	6,0	7,6	100,0
2006	72,5	21,7	5,8	–	100,0
2007	68,8	21,6	9,5	–	100,0
2008	63,3	28,2	8,5	–	100,0
2009	74,9	19,9	5,2	–	100,0

1. Incluent les ventes d'albums sur support physique et les albums numériques.
2. Albums ayant au moins une dimension québécoise, artistique ou industrielle (étiquette ou maison de disques).
3. De 2002 à 2005, la répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums québécois figurant parmi les 350 titres les plus vendus chaque mois. Depuis 2006, cette répartition a été estimée à partir de l'examen des albums québécois figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour 2002 à 2006, et par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec à partir de 2007.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Les albums québécois en anglais : part des ventes en baisse

La part des albums francophones parmi les albums québécois vendus en 2009 (75 %) est en forte croissance par rapport au résultat de 2008 (63 %). L'an dernier, il y avait 18 albums non francophones parmi les 50 albums québécois les plus vendus, dont 6 parmi les 12 premiers (Lost Fingers, Simple Plan, Pascale Picard, Céline Dion et Sylvain Cossette deux fois), en 2009, ce nombre est plutôt de 15, dont un seul album parmi les 14 premières positions (Ima). Après une année de forte croissance des albums en anglais en 2008 (28 % des albums québécois), la part de ceux-ci est en baisse en 2009 (20 %), mais demeure au-dessus des résultats observés en 2003 (10 %) et 2004 (12 %) (tableau 11).

Concentration des ventes : un phénomène constant

Dans le domaine de la musique, comme dans d'autres domaines de la culture, on observe chaque année, de façon constante, un phénomène de concentration des ventes autour des albums occupant le haut du palmarès. Les résultats de 2009 sont similaires à ceux de 2008, les CD se caractérisant toujours par une plus grande concentration des ventes que les albums ou les pistes numériques. Les cinq CD les plus vendus ont raflé 6 % des ventes totales, les cinq albums numériques les plus vendus 3 % des ventes et les cinq pistes les plus vendues 3 %. Les 500 meilleurs vendeurs représentent 54 % des ventes pour le CD, 40 % pour les albums numériques et 27 % pour les pistes (tableau 12). La plus grande diversité des produits offerts sous forme de pistes numériques, étant donné que chaque album numérique génère de 10 à 15 pistes vendues à l'unité, est un des facteurs expliquant cette moins grande concentration des ventes dans le haut du palmarès.

Tableau 12

Concentration des ventes d'enregistrements sonores selon le rang au palmarès et le support, Québec, 2008 et 2009

	Albums sur support physique[1]		Albums numériques		Pistes numériques téléchargées[2]	
	2008	2009	2008	2009	2008	2009
	%					
5 meilleurs vendeurs	4,4	6,3	4,2	2,7	1,9	2,5
10 meilleurs vendeurs	7,1	9,3	6,0	4,7	3,5	4,3
50 meilleurs vendeurs	15,0	23,3	14,2	13,8	9,4	10,6
200 meilleurs vendeurs	30,3	41,4	27,8	27,5	17,2	19,8
500 meilleurs vendeurs	50,4	54,4	39,3	39,4	24,9	27,2

1. Incluent les CD, les cassettes, les disques vinyles et les albums numériques.
2. Incluent les ventes faites par Bell Mobilité, iTunes, Napster et Puretracks.

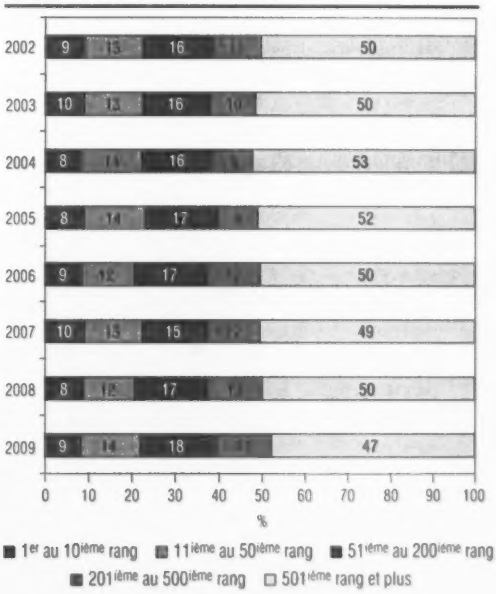
Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

De 2002 à 2009, il existe une relative constance dans la répartition des ventes des albums. Cependant, l'année 2009 se caractérise par une plus grande concentration, en particulier pour les 200 albums les plus vendus (40 % des ventes) et les 500 albums les plus vendus (53 % des ventes). Une telle concentration n'avait jamais été atteinte depuis que les données sont compilées, soit en 2002. Contrairement à 2007, où il y a eu une forte concentration chez les 10 meilleurs vendeurs (10 % des ventes), en 2009, celle-ci est plus diffuse, entre le 51e rang et le 500e rang du palmarès (figure 5).

Figure 5

Répartition des ventes d'albums[1] selon le rang des titres au palmarès, Québec, 2002-2009



1. Incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Palmarès des titres les plus vendus au Québec

Le lecteur trouvera, aux tableaux 13 à 16 de ce bulletin, quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2009 : les albums les plus vendus, les albums québécois les plus vendus, les albums numériques les plus vendus et les pistes numériques les plus vendues.

Palmarès des albums : les albums québécois reviennent en force

Parmi les 50 titres d'albums les plus vendus au Québec en 2009, 22 ont le français comme langue d'enregistrement (16 en 2008) et 29 sont des produits québécois (26 en 2008, mais 33 en 2007) dont 28 sur le plan artistique et 29 sur le plan industriel. La place des albums québécois parmi les meilleurs vendeurs est plus grande qu'en 2008 et similaire à celle de 2007 (tableau 13).

Si l'on retient les 50 albums québécois les plus vendus en 2009, 35 ont le français comme langue d'enregistrement (32 en 2008, mais 39 en 2006). Il semble y avoir, en 2009, un retour du balancier en faveur des albums québécois de langue française, après deux années où les albums québécois en anglais ont bien performé au chapitre des ventes (tableau 14).

Palmarès des albums numériques : les produits québécois font tranquillement leur place

Parmi les 20 albums numériques les plus vendus au Québec en 2009, cinq ont le français comme langue d'enregistrement (quatre en 2008) et huit sont des produits québécois (huit en 2008). Cependant, si l'on considère les 50 premières positions, le nombre d'albums numériques québécois est passé de 15 à 23. Comme il a déjà été dit, malgré une progression certaine en 2009, les albums numériques québécois n'occupent pas une place similaire à celle qu'ils occupent dans le marché du CD (tableau 15).

Palmarès des pistes numériques : les produits québécois toujours absents

Le palmarès des 20 pistes numériques les plus téléchargées en 2009 illustre très bien la faiblesse des ventes de la musique québécoise en format numérique. Comme en 2008, aucune piste québécoise ne se trouve dans ce palmarès. Il faut descendre à la 38e position pour trouver une chanson d'un artiste québécois (60e position en 2008) et à la 80e position pour trouver une chanson québécoise en français, soit la chanson-titre tirée de l'album le plus vendu au Québec en 2009. Si en 2008, une partie de l'explication pouvait être une question d'offre moins développée pour la musique québécoise, en 2009, avec – à quelques exceptions près – l'ensemble des pistes des albums québécois les plus vendus disponibles sous format numérique, cette idée ne tient plus. Il faut plutôt considérer une différence de comportement de la part des consommateurs de musique québécoise, mais probablement une mise en marché des produits numériques non québécois plus agressive (tableau 16).

Tableau 13

Liste des albums[1] les plus vendus, Québec, 2009

Rang	Artiste[2, 3]	Titre[2, 3]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	**Reno Ginette**	**Fais-moi de la tendresse**	**Français**	**Québec**	**Québec**
2	**Landry Maxime**	**Vox pop**	**Français**	**Québec**	**Québec**
3	**Artistes variés**	**Star Académie 2009**	**Français**	**Québec**	**Québec**
4	**Pellerin Fred**	**Silence**	**Français**	**Québec**	**Québec**
5	Black eyed peas	E.N.D. (Energy Never Dies)	Anglais	Autres	Autres
6	Lady Gaga	Fame, The	Anglais	Autres	Autres
7	Mraz Jason	We sing we dance we steal thin	Anglais	Autres	Autres
8	Buble Michael	Crazy love	Anglais	Autres	Autres
9	U2	No line on the horizon	Anglais	Autres	Autres
10	**Lapointe Pierre**	**Sentiments humains**	**Français**	**Québec**	**Québec**
11	**Ima**	**Christmas**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
12	**Boulay Isabelle**	**Chansons pour les mois d'hiver**	**Français**	**Québec**	**Québec**
13	**Marie-Mai**	**Version 3.0**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	**Leloup Jean**	**Mille excuses milady**	**Français**	**Québec**	**Québec**
15	**Ima**	**A la vida!**	**Français**	**Québec**	**Québec**
16	**Coeur de pirate**	**Coeur de pirate**	**Français**	**Québec**	**Québec**
17	Boyle Susan	I dreamed a dream	Anglais	Autres	Autres
18	**Lost fingers, The**	**Rendez-vous rose**	**Français**	**Québec**	**Québec**
19	Guetta David	One love	Anglais	Autres	Autres
20	**Hervieux Marc**	**Après nous**	**Français**	**Québec**	**Québec**
21	Krall Diana	Quiet nights	Anglais	Autres	Autres
22	Jackson Michael	Michael Jackson's this is it	Anglais	Autres	Autres
23	**Artistes variés**	**Génération Passe-Partout**	**Français**	**Québec**	**Québec**
24	**Nadja**	**Nadja**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
25	**Belanger Daniel**	**Nous**	**Français**	**Québec**	**Québec**
26	Jackson Michael	Number ones	Anglais	Autres	Autres
27	**Ferland Jean-Pierre**	**Bijoux de famille (Duos Ferland)**	**Français**	**Québec**	**Québec**
28	Billy Talent	III	Anglais	Autres	Autres
29	**Villeneuve Annie**	**Annie Villeneuve**	**Français**	**Québec**	**Québec**
30	Green Day	21st century breakdown	Anglais	Autres	Autres
31	**Lapointe Éric**	**Ailleurs volume 1**	**Français**	**Québec**	**Québec**
32	Eminem	Relapse	Anglais	Autres	Autres
33	Twilight	Soundtrack	Anglais	Autres	Autres
34	Artistes variés	Muchdance 2010/danseplus 2010	Anglais	Autres	Autres
35	**Artistes variés**	**Les grands classiques d'Edgar : la musique sacrée**	**Autres**	**Autres**	**Québec**
36	**Artistes variés**	**Nos stars célèbrent le jazz à Montréal**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
37	Seal	Soul	Anglais	Autres	Autres
38	**Pelchat Mario / Legrand Michel**	**Pelchat Mario / Legrand Michel**	**Français**	**Québec**	**Québec**
39	**Watson Patrick**	**Wooden arms**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
40	Madonna	Celebration	Anglais	Autres	Autres
41	**Toupin Marie-Chantal**	**Noël c'est l'amour**	**Français**	**Québec**	**Québec**
42	**Cossette Sylvain**	**70's volume 2**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
43	Jackson Michael	Thriller-25th anniversary edit	Anglais	Autres	Autres
44	Nickelback	Dark horse	Anglais	Autres	Autres
45	**Florence K**	**La historia de Lola**	**Autres**	**Québec**	**Québec**
46	Bocelli Andrea	My christmas	Anglais	Autres	Autres
47	**Hervieux Marc**	**Le premier Noël**	**Français**	**Québec**	**Québec**
48	**Parent Kevin**	**Kevin Parent**	**Français**	**Québec**	**Québec**
49	**Cowboys Fringants, Les**	**L'expédition**	**Français**	**Québec**	**Québec**
50	Hannah Montana movie soundtrack	The movie soundtrack	Anglais	Autres	Autres

1. Incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

2. Les noms des artistes et les titres sont reproduits ici selon la graphie adoptée par SoundScan.

3. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 14

Liste des albums[1] québécois les plus vendus, Québec, 2009

Rang québécois	Rang général	Artiste[2]	Titre[2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Reno Ginette	Fais-moi de la tendresse	Français	Québec	Québec
2	2	Landry Maxime	Vox pop	Français	Québec	Québec
3	3	Artistes variés	Star Académie 2009	Français	Québec	Québec
4	4	Pellerin Fred	Silence	Français	Québec	Québec
5	10	Lapointe Pierre	Sentiments humains	Français	Québec	Québec
6	11	Ima	Christmas	Anglais	Québec	Québec
7	12	Boulay Isabelle	Chansons pour les mois d'hiver	Français	Québec	Québec
8	13	Marie-Mai	Version 3.0	Français	Québec	Québec
9	14	Leloup Jean	Mille excuses Milady	Français	Québec	Québec
10	15	Ima	A la vida!	Français	Québec	Québec
11	16	Coeur de Pirate	Coeur de Pirate	Français	Québec	Québec
12	18	Lost Fingers, The	Rendez-vous rose	Français	Québec	Québec
13	20	Hervieux Marc	Après nous	Français	Québec	Québec
14	23	Artistes variés	Génération Passe-Partout	Français	Québec	Québec
15	24	Nadja	Nadja	Anglais	Québec	Québec
16	25	Bélanger Daniel	Nous	Français	Québec	Québec
17	27	Ferland Jean-Pierre	Bijoux de famille (duos ferland)	Français	Québec	Québec
18	29	Villeneuve Annie	Annie Villeneuve	Français	Québec	Québec
19	31	Lapointe Éric	Ailleurs Volume 1	Français	Québec	Québec
20	35	Artistes variés	Les grands classiques d'Edgar Fruitier : la musique sacrée	Autres	Autres	Québec
21	36	Artistes variés	Nos stars célèbrent le jazz à Montréal	Anglais	Québec	Québec
22	38	Pelchat Mario / Legrand Michel	Mario Pelchat | Michel Legrand	Français	Québec	Québec
23	39	Watson Patrick	Wooden arms	Anglais	Québec	Québec
24	41	Toupin Marie-Chantal	Noël c'est l'amour	Français	Québec	Québec
25	42	Cossette Sylvain	70's Volume 2	Anglais	Québec	Québec
26	45	Florence K	La historia de Lola	Autres	Québec	Québec
27	47	Hervieux Marc	Le premier Noël	Français	Québec	Québec
28	48	Parent Kevin	Kevin Parent	Français	Québec	Québec
29	49	Cowboys Fringants, Les	L'expédition	Français	Québec	Québec
30	53	Desjardins Boom	Rock le Québec	Français	Québec	Québec
31	54	Dédé	Dédé à travers les brumes	Français	Québec	Québec
32	55	Marjo	Marjo et ses hommes Volume 1	Français	Québec	Québec
33	57	Cowboys Fringants, Les	Sur un air de déjà vu	Français	Québec	Québec
34	58	Breau Jean-Francois / Janvier Marie-Ève	Donner pour donner	Français	Québec	Québec
35	60	Beast	Beast	Anglais	Québec	Québec
36	62	Mc Mario	Mixdown 2009	Anglais	Québec	Autres
37	64	Artistes variés	12 hommes rapaillés chantent Gaston Miron	Français	Québec	Québec
38	65	Vallières Vincent	Le monde tourne fort	Français	Québec	Québec
39	66	Champion	Resistance	Anglais	Québec	Québec
40	68	Artistes variés	Les grands classiques d'Edgar Fruitier : la musique romantique	Autres	Autres	Québec
41	69	Mc Mario	Sun Factory 10	Anglais	Québec	Autres
42	70	Malajube	Labyrinthes	Français	Québec	Québec
43	71	Lost Fingers, The	Lost in the 80's	Anglais	Québec	Québec
44	72	Beau Dommage	L'album de famille	Français	Québec	Autres
45	73	Cohen Leonard	Live in London	Anglais	Québec	Autres
46	77	Desjardins Richard	Symphonique	Français	Québec	Québec
47	79	Lhasa	Lhasa	Anglais	Québec	Québec
48	80	Lapointe Éric	Ailleurs Volume 2	Français	Québec	Québec
49	83	Les Trois Accords	Dans mon corps	Français	Québec	Québec
50	85	Mes Aieux	La ligne orange	Français	Québec	Québec

1. Incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

2. Les noms des artistes et les titres sont reproduits ici selon la graphie adoptée par SoundScan.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 15

Liste des albums numériques les plus vendus, Québec, 2009

Rang	Artiste[1, 2]	Titre[1, 2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Black Eyed Peas	E.N.D. (Energy Never Dies)	Anglais	Autres	Autres
2	U2	No Line on the Horizon	Anglais	Autres	Autres
3	**Coeur de Pirate**	**Coeur de Pirate**	**Français**	**Québec**	**Québec**
4	Lady Gaga	Fame, the	Anglais	Autres	Autres
5	Twilight	Soundtrack	Anglais	Autres	Autres
6	**Leloup Jean**	**Mille excuses Milady**	**Français**	**Québec**	**Québec**
7	**Watson Patrick**	**Wooden Arms**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
8	Mraz Jason	We Sing We Dance We Steal Things	Anglais	Autres	Autres
9	Jackson Michael	Number Ones	Anglais	Autres	Autres
10	Kings of Leon	Only by the Night	Anglais	Autres	Autres
11	Guetta David	One Love	Anglais	Autres	Autres
12	**Lapointe Pierre**	**Sentiments humains**	**Français**	**Québec**	**Québec**
13	**Bélanger Daniel**	**Nous**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	Slumdog Millionaire	Soundtrack	Anglais	Autres	Autres
15	**Lost Fingers, The**	**Rendez-vous rose**	**Français**	**Québec**	**Québec**
16	**Beast**	**Beast**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
17	Billy Talent	III	Anglais	Autres	Autres
18	Muse	Resistance	Anglais	Autres	Autres
19	Green Day	21st Century Breakdown	Anglais	Autres	Autres
20	**Champion**	**Resistance**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**

1. Les noms des artistes et les titres sont reproduits ici selon la graphie adoptée par SoundScan.

2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source des données : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés.

Nielsen SoundScan

Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 16

Liste des pistes numériques les plus vendues, Québec, 2009

Rang	Artiste[1]	Titre[1]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Black Eyed Peas	I Gotta Feeling	Anglais	Autres	Autres
2	Flo Rida feat. Ke$ha	Right Round	Anglais	Autres	Autres
3	Black Eyed Peas	Boom Boom Pow	Anglais	Autres	Autres
4	Kingston Sean	Fire Burning	Anglais	Autres	Autres
5	Guetta David feat. Akon	Sexy Bitch	Anglais	Autres	Autres
6	Ke$ha	Tik Tok	Anglais	Autres	Autres
7	Pitbull	I Know You Want Me (Calle Ocho)	Anglais	Autres	Autres
8	Lady Gaga	Poker Face	Anglais	Autres	Autres
9	Lady Gaga	Bad Romance	Anglais	Autres	Autres
10	Mraz Jason	I'm Yours (album version)	Anglais	Autres	Autres
11	Lady Gaga	Lovegame	Anglais	Autres	Autres
12	Black Eyed Peas	Meet me Halfway	Anglais	Autres	Autres
13	Lady Gaga	Paparazzi	Anglais	Autres	Autres
14	Spears Britney	3	Anglais	Autres	Autres
15	Pitbull	Hotel Room Service	Anglais	Autres	Autres
16	Lady Gaga feat. Colby O'Donis	Just Dance	Anglais	Autres	Autres
17	Shakira	She Wolf	Anglais	Autres	Autres
18	Derulo Jason	Whatcha Say	Anglais	Autres	Autres
19	Sean Jay feat. Lil Wayne	Down	Anglais	Autres	Autres
20	Kings of Leon	Use Somebody	Anglais	Autres	Autres

1. Les noms des artistes et les titres sont reproduits ici selon la graphie adoptée par SoundScan.

Source des données : Nielsen SoundScan inc.. © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. Nielsen SoundScan

Compilation : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et Observatoire de la culture et des communications du Québec.

En conclusion

L'an dernier, nous avions conclu ce bulletin en affirmant que le marché de la musique au Québec était en profonde transition, la dématérialisation des supports de distribution venant bousculer les manières de faire de l'industrie, que l'âge d'or du support CD était révolu, celui-ci devant faire face à une baisse tendancielle de ses ventes au cours des prochaines années et, qu'en parallèle, les ventes de produits numériques allaient continuer de croître, soutenues par des nouvelles habitudes de consommation des Québécois. Les résultats de 2009 viennent confirmer nos conclusions de l'an dernier, la question n'étant plus de savoir si tout ceci va se produire, mais à quelle vitesse. La convergence de plusieurs gros succès de ventes d'albums québécois (Claude Dubois, Céline Dion, Isabelle Boulay, etc) en 2007 et le phénomène des reprises associées à quelques succès (Ginette Reno, Maxime Landry, Star académie) en 2009 ont permis de ralentir l'inexorable baisse des ventes de CD, qui s'est cependant accélérée au cours des quatre premiers mois de 2010, avec l'essoufflement du phénomène des reprises.

De plus, nous avons vu qu'au cours des dernières années, les albums non québécois ont davantage été touchés par la baisse des ventes, ce qui expliquerait la tendance à la hausse de la part des ventes des produits québécois. Le défi des prochaines années pour l'industrie de la musique au Québec sera de ne pas, à son tour, être touchée par une forte baisse de ses ventes et de réussir à maintenir le poids des produits québécois (45 à 50 % des ventes), le tout dans une période de transition vers le numérique.

Dans un contexte où les Québécois adoptent progressivement de nouvelles habitudes de consommation musicales, en particulier les nouvelles générations, l'industrie devra trouver une façon de développer une stratégie de ventes des produits numériques québécois dans un marché en croissance.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2010). « Ventes d'enregistrements sonores au Québec : Les albums québécois maintiennent leurs ventes en 2009 », *Statistiques en bref*, nº 61, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, juin, 24 p. [En ligne :] www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Numéros déjà parus*

60	Production multimédia au Québec : Portrait des établissements en 2007-2008	Juin 2010
59	La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2009	Mai 2010
58	Importante progression des bibliothèques publiques au Québec entre 1995 et 2007	Mars 2010
57	Bond de 52 % de l'assistance aux films québécois en 2009	Février 2010
56	Le téléchargement pair-à-pair au Québec : un premier portrait statistique à partir d'une observation directe	Janvier 2010
55	Les dépenses culturelles des municipalités en 2007	Décembre 2009
54	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2007-2008	Novembre 2009
53	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2008	Novembre 2009
52	Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique	Novembre 2009
51	La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2008	Juin 2009
50	Portrait économique des entreprises de métiers d'art au Québec, 2004 et 2005	Juin 2009
49	Après sept ans de croissance ininterrompue,un premier recul de ventes de livres en 2008	Juin 2009
48	Projet de recherche sur des indicateurs culturels pour les municipalités québécoises	Mai 2009
47	Étude exploratoire de l'offre et de la consommation culturelles au québec de 2003 à 2007	Avril 2009
46	Les distributeurs de livres au Québec : un chiffre d'affaires de 263 M$ en 2006-2007	Mars 2009
45	Nouveau recul pour le cinéma québécois	Février 2009
44	Les dépenses culturelles des municipalités en 2006	Février 2009
43	Édition québécoise 2007 : exportations en hausse et baisse sur le marché national	Décembre 2008
42	En 2006-2007, les acquisitions d'œuvres d'art par les musées, les entreprises et les institutions ont diminué de 15 % par rapport à 2005-2006	Décembre 2008
41	La fréquentation des arts de la scène au Québec en 2007	Septembre 2008
40	Vente d'enregistrements sonores au Québec de 2002 à 2007	Septembre 2008
39	Hausse de 9 % des ventes de livres en 2007	Juin 2008
38	Les distributeurs de livres au Québec : un chiffre d'affaires de 239 M$ en 2005-2006	Juin 2008
37	La fréquentation des institutions muséales au Québec en 2007	Mai 2008
36	Public et touristes dans le réseau des institutions muséales du Québec	Mars 2008
35	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2005-2006	Février 2008
34	L'assistance aux films québécois diminue en 2007	Février 2008
33	La part de marché de l'édition québécoise rebondit en 2006	Décembre 2007
32	Ventes d'enregistrement sonores au Québec de 2002 à 2006	Septembre 2007
31	La fréquentation des arts de la scène au Québec de 2004 à 2006	Août 2007
30	Ventes de livres en 2006 : retour à la normale	Juin 2007
29	La fréquentation des institutions muséales du Québec en 2006	Juin 2007
28	Les dépenses culturelles des municipalités en 2005	Mai 2007
27	Essoufflement de l'assistance aux films québécois en 2006	Février 2007
26	Les dépenses culturelles des municipalités	Février 2007
25	Portrait des distributeurs et diffuseurs exclusifs de livres au Québec	Décembre 2006

* Numéros antérieurs disponibles à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

statistiques en bref

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Ce bulletin est conçu par l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Pour tout renseignement veuillez communiquer avec Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177 ou
claude.fortier@stat.gouv.qc.ca

Institut de la statistique Québec

Observatoire de la culture et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage
Québec (Québec) G1R 5T4
Téléphone : 418 691-2414
Télécopieur : 418 643-4129

ISSN : 1708-9182 (version imprimée)
ISSN : 1715-6440 (en ligne)
© Gouvernement du Québec, Institut de la statistique du Québec, 2003